

Penerapan Lean Canvas Untuk Pengembangan Startup Safir

Rohmat Yuhdi
Program Studi Informatika
Fakultas Teknologi Industri
Yogyakarta, Indonesia
17523198@students.uii.ac.id

Beni Suranto
Program Studi Informatika
Fakultas Teknologi Industri
Yogyakarta, Indonesia
beni.suranto@uui.ac.id

Abstract—Penulisan makalah ini diharapkan dapat memberikan jawaban dari rumusan masalah mengenai (1) identifikasi model bisnis dengan menggunakan *Lean Canvas*; (2) perbedaan antara *Business Model Canvas* dan *Lean Canvas*; (3) penerapan *Lean Canvas* pada pengembangan *startup Safir*; dan (4) manfaat penerapan *Lean Canvas* terhadap pengembangan *startup Safir*; dalam penulisan makalah ini didapatkan beberapa data terkait yang akan membantu dalam pengaplikasian *Lean Canvas* untuk berbagai sistem terutama dalam sistem informasi manajemen haji dan umrah Safir, dan dapat membedakan antara *Business Model Canvas* dan *Lean Canvas*, serta diharapkan dapat memberikan petunjuk dalam pengisian blok yang tersedia dalam *Lean Canvas*, sehingga lebih mudah untuk menganalisis proses bisnis.

Keywords— *Lean Canvas*, *lean startup*, *Business Model Canvas*, *business process*.

I. PENDAHULUAN

Ibadah haji merupakan rukun Islam kelima dan diberikan kewajiban kepada umat Muslim yang mampu secara jasmani maupun rohani, di Indonesia sendiri yang mayoritas beragama Muslim penyedia layanan haji maupun umrah sangatlah dibutuhkan namun masih banyak agen haji maupun umrah yang masih banyak menemui kendala seperti penggunaan cara konvensional seperti pendataan dan pengadaan haji dan umrah menjadi sulit diatasi, yang menyebabkan kurang percayanya masyarakat kepada agen biro haji dan umrah untuk dipilih sebagai perantara untuk kebutuhan dan keberangkatan umrah dan haji.[1].

Perkembangan bisnis *startup* di Indonesia belakangan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, di mana banyak sekali bermunculan *startup-startup* baru yang saling bersaing di dalam bidangnya. Perkembangan bisnis *startup* ini tidak lain juga didukung oleh perkembangan zaman yang semakin hari semakin pesat, dan menjadi sangat lumrah dengan masyarakat Indonesia yang juga sekarang mulai susah untuk lepas dari gawai masing-masing yang menuntut agar semua fasilitas yang ada semakin praktis dan mudah didapatkan tanpa harus keluar rumah.

Di dalam bisnis *startup* banyak pengembangnya yang mempunyai teknik atau cara agar *startup* buatan suatu perusahaan laku dan tidak gampang tergeser oleh yang lainnya, diantaranya adalah pengoptimalan kinerja suatu pengembang *startup* dengan menggunakan *Business Model Canvas*, selain menggunakan *Business Model Canvas* konvensional seperti yang biasanya dipakai ada juga model kanvas lain diantaranya *Lean Canvas* yang mana dalam model kanvas ini terdapat beberapa perbedaan dan fokus yang di tujukan dalam pengembangan *startup*.[2]. Walaupun pada dasarnya mengusung dasar yang sama dengan *Business Model Canvas* konvensional, tetapi memang ada beberapa perbedaan yang harus diketahui sebagai pengembang *startup* yang

menggunakan *Lean Canvas* dalam mencapai sebuah target bisnis mereka.[2]

Safir sebagai salah satu rintisan dalam penyedia manajemen haji dan umrah menawarkan kemudahan dari pengelolaan haji dan umrah dari pihak agen dan menyediakan pemasaran yang telah disediakan, dengan menggunakan *Lean Canvas* dalam menentukan ide dan dokumentasi dalam melangkah dan memutuskan sasaran pasar sehingga akan membuat agen dan juga pelanggan dari agen tersebut akan mendapatkan banyak kemudahan dan lebih menghemat biaya.

Lean Canvas lebih berfokus pada masalah dan sebagai alat untuk menyederhanakan dan mendokumentasikan model bisnis serta mengukur kemajuan dalam bisnis.[2]. Dalam makalah ini akan ditampilkan perbandingan pengembangan manajemen haji dan umrah Safir menggunakan *Business Model Canvas* dan saat menggunakan *Lean Canvas* sebagai pembandingan dalam pemilihan ide dan perencanaan.

II. LANDASAN TEORI

A. Perkembangan Startup di Indonesia

Startup bisa diartikan sebagai perusahaan yang baru saja dibuat yang bertujuan untuk merumuskan suatu model bisnis yang sesuai agar tetap bertahan di dalam suatu ketidakpastian[3]. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mardi Arya Jaya, faktor penentu sebuah keberhasilan *startup* adalah tim dan sumber daya manusia yang baik, pendanaan yang mencukupi, *timing* yang tepat, serta ide.[3]. Selain faktor tersebut bahwa penyebab dari gagalnya *startup* adalah kurang terstrukturinya pemahaman akan pasar mereka, mengidentifikasi pelanggan dan memvalidasi hipotesis mereka pada tahap awal sedangkan dalam kegagalan tersebut bisa dihindari jika menggunakan inovasi dan alat yang tepat untuk menjalankan *startup* tersebut.[4].

B. Startup Safir

Safir adalah *startup* rintisan yang bergerak dalam bidang manajemen pengelolaan haji dan umrah, Safir di sini dirintis, dikembangkan dan diharapkan sebagai jawaban terhadap kurangnya pelayanan haji dan umrah di Indonesia. Karena, beberapa pelayanan di Indonesia sendiri masih kurang seperti, input data secara konvensional, dan pengelolaan uang yang kurang.[1] Maka dari itu Safir dirintis untuk memenuhi kebutuhan itu semua dengan melengkapi kebutuhan yang ada membuat pelayanan akan lebih mudah untuk agen maupun jamaah.

C. Metode Pengembangan Startup

Model bisnis mungkin telah banyak dikenal dan pengembang *startup* sudah awam dengannya, tapi konsep tersebut sebenarnya baru mulai dikenal dan dipelajari secara lebih saksama pada tahun 1990-an.[5]. Model bisnis sendiri

harus bisa mewakili bagaimana suatu perusahaan bisa beroperasi dan dapat menggambarkan suatu hubungan dari pengembang teknologi yang dapat menghasilkan suatu nilai ekonomi.[6]. Model bisnis tidak lain merupakan sebuah cerminan dari strategi perusahaan secara lebih objektif. Model bisnis sendiri dapat memberikan sebuah nilai kepada pelanggan terhadap suatu pengembangan yang menjadi keuntungan bagi perusahaan, nilai ini merupakan gambaran umum dari produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan terkait dengan karakteristik internal dari perusahaan untuk menentukan pasar, termasuk sumber daya, proses yang dibutuhkan perusahaan dalam menghasilkan nilai, serta pengaturan pemberian nilai pelanggan dan mitra terhadap perusahaan yang pada akhirnya menjadi penilaian sendiri perusahaan di mata organisasi lain maupun pelanggan.

D. Business Model Canvas

Business Model Canvas merupakan sarana yang digunakan untuk mengembangkan dan mendokumentasikan model bisnis yang diterapkan oleh perusahaan, terdapat 9 blok dalam *Business Model Canvas* yang disusun dari *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Customer Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Key Partners*, dan *Cost Structure*. [7].

- *Customer Segment*
Blok ini dapat mengidentifikasi satu atau beberapa segmen pelanggan yang harus diutamakan ataupun diabaikan demi tercapainya kepuasan pelanggan.[8].
- *Value Proposition*
Dalam proposisi nilai dapat menentukan kenapa pelanggan lebih banyak menggunakan produk dari suatu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya di bidang yang sama,[8].
- *Channel*
Sebagai suatu jembatan untuk menyampaikan proposisi nilai yang dimiliki perusahaan kepada pelanggan.[8].
- *Customer Relationship*
Hubungan pelanggan adalah bagaimana suatu perusahaan dapat menjalin dan memelihara suatu hubungan dengan pelanggan.[8].
- *Revenue Stream*
Revenue Stream atau penyusun arus pendapatan merupakan perwujudan keberhasilan perusahaan dalam menawarkan proposisi nilai kepada para pelanggan.[8].
- *Key Resources*
Key Resources atau sumber daya utama merupakan aset terpenting yang dibutuhkan untuk membuat suatu model bisnis bekerja, sumber daya utama dapat berupa fisik, keuangan, intelektual, ataupun manusia.[8].
- *Key Activities*
Key Activities diperlukan agar perusahaan bisa mendapatkan proposisi nilai, menjangkau pasar, dan menjalin hubungan dengan pelanggan sampai mendapatkan arus pendapatan.[8]
- *Key partners*
Merupakan usaha perusahaan dalam menjalin mitra dengan perusahaan lain, di sini perusahaan dapat berkerja sama untuk tujuan

mengoptimalkan model bisnis, mendapat sumber daya yang dibutuhkan perusahaan, atau dapat mengurangi risiko yang terjadi.[8]

- *Cost structure*
Struktur biaya merupakan keseluruhan biaya pengeluaran untuk operasional model bisnis, biaya yang dikeluarkan akan relatif lebih mudah dalam proses menghitungnya setelah mendefinisikan *Key Resources*, *Key Activities*, dan *Key Partnerships*. [8]

E. Lean Startup

Banyak *startup* yang mengalami kegagalan karena banyak melakukan kesalahan seperti pemborosan waktu dan uang. Selain itu, kesalahan lain yang menyebabkan kegagalan rintisan *startup* pada gagasan *Lean Startup* yang ditujukan kepada banyak anak muda di bidang teknologi adalah mereka membuat produk yang salah. *Lean startup* di sini akan mencoba meningkatkan bisnis mereka sampai mereka memiliki pasar yang sesuai.[9]

F. Lean Canvas

Maurya mengadaptasi dan merubah beberapa bagian dari *Business Model Canvas* konvensional milik Alex Osterwalder yang kemudian dia bagikan dalam *How I Document My Business Model Hypotheses*, dan kemudian menjadi topik paling populer dari apa yang sebelumnya pernah diterbitkan. Tujuan dari desainnya sendiri adalah untuk menjadi suatu rencana taktis pemandu wirausahawan saat menemukan sebuah ide dan menavigasi ide tersebut dalam sebuah *startup*. [2]. Dalam proses modifikasi *Business Model Canvas* menjadi *Lean Canvas*, terdapat beberapa perubahan blok, diantaranya:

- *Key Partner* diubah menjadi *Problem*.
- *Key Activities* diubah menjadi *Solution*.
- *Key Resources* diubah menjadi *Key Metrics*.
- *Customer Relationship* diubah menjadi *Unfair Advantage*.

III. METODOLOGI

Terdapat beberapa proses yang dilalui dalam pengembangan *startup* Safir dengan menggunakan *Lean Canvas*. Tahapan-tahapan tersebut antara lain:

A. Pengumpulan Ide Kemungkinan Pelanggan

Proses ini adalah mencari ide sebanyak mungkin untuk diterapkan ke dalam blok yang tersedia, setelah mendapat ide, setiap anggota akan memaparkan ide-ide yang didapatkan dan dikumpulkan menjadi satu. Proses pengumpulan ide terjadi dua kali karena tahap yang dilakukan sebelum penyusunan *Lean Canvas* adalah menyusun *Business Model Canvas* terlebih dahulu.

B. Gambar Lean Canvas

Proses penggambaran blok yang ada dalam *Lean Canvas* dan *Business Model Canvas* sangat mirip, hanya ada perbedaan di beberapa judul yang ada di dalam blok yang tersedia.

C. Prioritaskan Mulai dari Mana

Meletakkan setiap ide yang ditemukan ke dalam masing-masing blok. Mulanya, akan banyak ide yang dimasukkan ke

dalam blok. Tapi seiring berjalanya waktu, ide akan terus mengerucut sehingga menghasilkan ide-ide yang dianggap paling sesuai dengan blok yang ada.

D. Analisis Business Model Canvas.

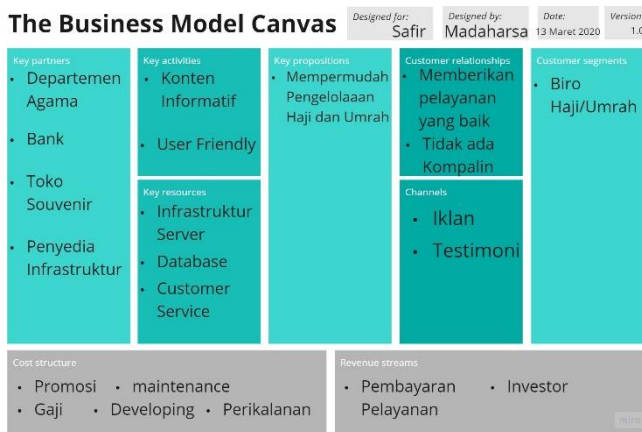
Pada proses ini didapatkan hasil akhir dari pengerucutan ide-ide yang telah terkumpul ke dalam *Business Model Canvas* yang utuh, walaupun begitu, ide dalam blok tersebut masih akan terus berkembang bersama dengan berkembangnya *startup*.

E. Penerapan Business Model Canvas ke dalam Lean Canvas.

Tahap ini menggunakan *Business Model Canvas* yang telah disusun terlebih dahulu untuk menyusun *Lean Canvas* serta melakukan diskusi kembali seperti pada tahap awal, namun semua penerapan yang dilakukan akan dimasukkan ke dalam blok *Lean Canvas*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Business Model Canvas (BMC)



Gambar 1. *Business Model Canvas startup Safir*

Gambar 1. merupakan rancangan *Business Model Canvas* yang digunakan di pengembangan *startup Safir*. Sembilan blok yang menjadi penyusun dari blok-blok di gambar 1 telah dianalisis kemudian dijabarkan dalam Tabel 1 di bawah ini:

NO	BMC	Keterangan
1	<i>Customer Segment</i>	Biro haji atau umrah, sebagai pelanggan atau sasaran pasar utama.
2	<i>Value Proposition</i>	Mempermudah pengolahan haji dan umrah, sebagai poin utama nilai lebih dibandingkan perusahaan <i>startup</i> lain.
3	<i>Channel</i>	Iklan dan testimoni, sarana penyampaian <i>Value Proposition</i> yang dimiliki agar sampai ke pelanggan.
4	<i>Customer Relationship</i>	Memberikan pelayanan yang baik dan sebisa mungkin tidak ada komplain yang masuk, agar hubungan baik dengan pelanggan dapat terpelihara.

5	<i>Revenue Stream</i>	Pembayaran pelayanan dan investor bisa dijadikan sebagai sumber pemasukan.
6	<i>Key Resources</i>	Infrastruktur server, <i>database</i> , dan <i>customer service</i> merupakan sumber daya utama yang harus dimiliki dalam perintisan <i>startup Safir</i> .
7	<i>Key activities</i>	Konten yang informatif dan <i>user friendly</i> adalah upaya yang diutamakan dalam ritisan <i>startup</i> agar menjangkau pasar sehingga dapat menjalin hubungan dengan pelanggan dan mendapat pemasukan.
8	<i>Key Partners</i>	Penyedia infrastruktur, departemen agama, toko souvenir dan bank merupakan mitra yang dipilih.
9	<i>Cost Structure</i>	Promosi, <i>maintenance</i> , <i>developing</i> , gaji, dan biaya periklanan merupakan aktivitas yang akan mengeluarkan biaya dalam rintisan.

Tabel 1. Analisis *Business Model Canvas*

B. Penerapan Lean Canvas

Terdapat beberapa perubahan yang terjadi di dalam blok *Business Model Canvas* menjadi *Lean Canvas*, di antaranya adalah perubahan dari blok *Key Partner* menjadi *Problem*, *Key Activities* menjadi *Solution*, *Key Resources* menjadi *Key Metrics*, dan *Customer Relationship* menjadi *Unfair Advantage*. Perubahan tersebut akan dijabarkan dalam Tabel 2 berikut:

BMC	Lean Canvas	Keterangan
<i>Key Partner</i>	<i>Problem</i>	<ul style="list-style-type: none"> Kurang efisiennya manajemen data jamaah. Keluhan dari jamaah karena pelayanan manual. Kurangnya <i>tracking</i> transaksi.
<i>Key Activities</i>	<i>Solution</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menyediakan <i>platform</i> data jamaah, keuangan secara digital sehingga dapat diakses dengan mudah.
<i>Key Resources</i>	<i>Key Metrics</i>	<ul style="list-style-type: none"> Mengunjungi web Safir, Login, dan Mengisi kebutuhan pelayanan.
<i>Customer Relationship</i>	<i>Unfair Advantage</i>	<ul style="list-style-type: none"> Pemesanan langsung tiket pesawat ke maskapai yang bersangkutan.

Tabel 2. Analisis perubahan *Business Model Canvas* menjadi *Lean Canvas*

Gambaran perubahan yang terjadi dari *Business Model Canvas* menjadi *Lean Canvas* ditunjukkan oleh Gambar 2 berikut:



Gambar 2. *Lean Canvas startup Safir*

Perubahan yang terjadi dalam blok *Business Model Canvas* disebabkan karena pembuat *Lean Canvas*, Ash Maurya, ingin membuat wirausahawan tetap fokus ke dalam usahanya sembari terus mengembangkan *startup*-nya, agar dapat menavigasi wirausahawan dari ide yang dikembangkan menjadi suatu *startup* yang sukses.[2]. Alasan perubahan yang dijabarkan sebagai berikut:

- Mengubah *Key Partner* menjadi *Problem*, dalam perubahan ini diambil dikarenakan kebanyakan *startup* gagal sebab mereka membuang waktu, uang, dan tenaga untuk membangun produk yang salah.[2].
- Mengubah *Key Activities* menjadi *Solution*, setelah memahami masalah, maka wirausahawan akan mengupayakan suatu solusi yang mungkin atas masalah tersebut dengan tetap menjaga agar solusi yang dihasilkan selaras dengan konsep *Minimum Viable Product (MVP)*. [2].
- Mengubah dari *Key Resources* menjadi *Key Metrics*, *startup* bisa saja tenggelam dalam upaya menyelesaikan sesuatu yang tidak pasti, namun pada titik tertentu *startup* harus bisa fokus ke dalam suatu metrik sehingga bisa memilih untuk memutuskan mana yang harus diperhatikan dan mana yang harus diabaikan, sehingga dapat meminimalisir kegagalan yang diakibatkan karena aktivitas yang sia-sia.[2].
- *Customer Relationship* yang diubah menjadi *Unfair Advantage* atau bisa disebut keunggulan yang kompetitif, dalam kotak ini awalnya bisa kosong, tapi seiring waktu akan banyak pesaing dan peniru yang akan memasuki pasar. Oleh karena itu, wirausahawan harus mampu menghadapi risiko nyata untuk melawan pesaing dengan mendapatkan suatu keunggulan yang benar benar tidak dapat disalin dengan mudah oleh pesaing.[2].

C. Hambatan *Startup Safir* dalam Penerapan *Lean Canvas*

Dalam penerapan *Lean Canvas* ke dalam *startup Safir* pasti mengalami kendala. Kendala tersebut dapat juga ditemukan dalam pengembangan *startup* lain karena kemungkinan hampir sama dengan *Business Model Canvas*, misalnya:

- Terlalu banyak ide yang masuk membuat kami harus benar-benar memilah ide dan masukan yang menjadi prioritas, seperti yang dijelaskan Maurya [2]., yakni membuat *list* tiga masalah teratas untuk dipecahkan.
- Perbedaan pandangan dan persepsi terhadap setiap masalah dan ide yang telah ditentukan dalam *Lean Canvas*.
- Kemungkinan terjadinya banyak perkembangan dan penambahan ide yang sejalan dengan berkembangnya *startup Safir*.

D. Kelebihan *Lean Canvas*

Dalam *Lean Canvas* terdapat beberapa kelebihan yang disebutkan oleh Maurya.[2]. Dalam kelebihan tersebut dijelaskan bahwa:

- Cepat dalam dalam pembuatan perencanaan.
- Ringkas karena langsung ke inti dan permasalahan.
- Portabel karena akan lebih mudah dibagikan dan membuat banyak orang lebih sering membacanya.
- Efektif karena pembaruan yang ditampilkan akan lebih mudah pahami dengan penyajian yang efektif.

V. KESIMPULAN

Pengembangan *startup Safir* untuk menentukan bisnis model menggunakan *Lean Canvas* sangatlah membantu. Hal tersebut disebabkan dalam penentuan bisnis model membutuhkan sebuah permodelan yang memberikan gambaran menyeluruh terhadap proses bisnis yang direncanakan atau menjelaskan bisnis yang sedang berjalan, *Lean Canvas* membantu merancang model bisnis sesuai dengan masalah, target pasar, dan bagaimana cara suatu *startup* rintisan dapat menghasilkan keuntungan. *Lean Canvas* berperan sebagai navigasi wirausahawan dalam memenuhi kebutuhan, mengatasi masalah, dan dokumentasi proses bisnis yang akan maupun sedang berjalan.

Dalam perkembangannya, *Lean Canvas* dan *Business Model Canvas* merupakan satu kesatuan yang sama tapi dengan fokus dan cakupan yang berbeda. *Lean Canvas* lebih berfokus pada masalah dan beberapa perubahan yang ada dalam blok seperti masalah, solusi, parameter kunci, dan nilai kompetitif, selain itu juga bisa dimanfaatkan untuk mengukur risiko dan ketidakpastian bisnis. Terlepas dari itu, *Lean Canvas* dan *Business Model Canvas* merupakan suatu alat bantu yang memiliki tujuan sama.

Penerapan *Lean Canvas* pada *startup Safir* sendiri disebabkan karena pengembangan ide dan dalam keadaan seperti sekarang, di masa pandemi, membutuhkan sarana yang lebih mendukung pada *startup* rintisan seperti Safir, maka dari itu sebelum proses menggunakan *Lean Canvas* kami terlebih dahulu membuat *Business Model Canvas* karena belum terlalu mengerti dengan apa masalah dan keadaan yang dihadapi.

Berdasarkan situasi yang dihadapi, *startup Safir* menerapkan *Lean Canvas* agar lebih sesuai dengan pasar, masalah, dan keadaan baru yang tadinya belum terpikir sebelumnya seperti pandemi COVID-19. Selain itu, penerapan *Lean Canvas* pada *startup Safir* bertujuan untuk memfokuskan masalah sekitar yang berkaitan dengan Safir untuk memajukan *startup* rintisan ini.

REFERENSI

- [1] R. Perwira, *Manajemen Pelayanan Haji di Provinsi DKI Jakarta*. 2015.
- [2] A. Maurya, "Running Lean - A systematic process for iterating your web application from Plan A to a plan that works," *O'Reilly Media*, p. 240, 2010.
- [3] M. A. Jaya, R. Ferdiana, and S. Fauziyati, "Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital di Yogyakarta Mardi Arya Jaya 1 , Ridi Ferdiana 2 , Silmi Fauziati 3," *Jurnal.Umk.Ac.Id*, vol. 4, no. 1, pp. 167–173, 2017, [Online]. Available: <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/SNA/article/view/1261>.
- [4] S. Trimi and J. Berbegal-Mirabent, "Business model innovation in entrepreneurship," *Int. Entrep. Manag. J.*, vol. 8, no. 4, pp. 449–465, 2012, doi: 10.1007/s11365-012-0234-3.
- [5] R. H. Amit, L. Massa, and C. Zott, "The Business Model : Recent Developments and Future Research The Business Model : Recent Developments and Future Research," *J. Manage.*, 2011.
- [6] R. Casadesus-Masanell and J. Ricart, "From stnd onto tactics," *Long Range Plann.*, p. 45, 2010, [Online]. Available: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0024630110000051>.
- [7] F. C. P. Muhtaroglu, S. Demir, M. Obali, and C. Girgin, "Business model canvas perspective on big data applications," *Proc. - 2013 IEEE Int. Conf. Big Data, Big Data 2013*, pp. 32–37, 2013, doi: 10.1109/BigData.2013.6691684.
- [8] E. A. J. Johnson, "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2010. 281 + iv pages. US\$34.95.," *J. Prod. Innov. Manag.*, vol. 29, no. 6, pp. 1099–1100, 2012, doi: 10.1111/j.1540-5885.2012.00977_2.x.
- [9] C. Nobel, "Teaching a ' Lean Startup ' Strategy," *Harvard Bus. Sch.*, pp. 1–2, 2011, [Online]. Available: <http://hbswk.hbs.edu/pdf/item/6659.pdf>.